

## Doç. Dr. ALİ ARICI

### Kişisel Bilgiler

İş Telefonu: [+90 228 214 1874](tel:+902282141874)

E-posta: [ali.arici@bilecik.edu.tr](mailto:ali.arici@bilecik.edu.tr)

Web: <https://avesis.bilecik.edu.tr/ali.arici>

### Uluslararası Araştırmacı ID'leri

ORCID: 0000-0003-4027-8288

Yoksis Araştırmacı ID: 52789

### Eğitim Bilgileri

Doktora, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), Türkiye 2013 - 2019

Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın Ve Yayın (YI) (Tezli), Türkiye 2011 - 2013

Lisans, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın Ve Yayın Bölümü, Türkiye 2004 - 2009

### Yaptığı Tezler

Doktora, Yeni medya çağında reklam iletişimi: Sanal gerçeklik teknolojisinin reklama yönelik tutumlar ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir çalışma, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık (Dr), 2019

Yüksek Lisans, Siyasi partiler ve siyasi liderler çerçevesinde Türk siyasetinde sosyal medya, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın Ve Yayın (YI) (Tezli), 2013

### Akademik İdari Deneyim

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2022 - Devam Ediyor

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, 2021 - 2024

### Verdiği Dersler

Halkla İlişkiler, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Davranış Bilimleri, Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Reklamcılığa Giriş, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020

Reklamcılıkta Uygulama ve Teknikler, Ön Lisans, 2022 - 2023, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Yeni Medya ve Reklamcılık, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Reklam Yazarlığı, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021

Reklamcılık, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

İletişim Bilgisi, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017

Etkili İletişim Teknikleri, Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018

İletişim Becerileri, Ön Lisans, 2021 - 2022, 2020 - 2021, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012

İletişim Teknikleri ve Bireyler Arası İletişim, Lisans, 2020 - 2021, 2018 - 2019, 2017 - 2018  
Örgütsel Davranış, Lisans, 2020 - 2021, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016  
Elektronik Pazarlama, Ön Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016  
Pazarlamada İletişim, Ön Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016  
Etkili İletişim ve Sunuş Teknikleri, Lisans, 2019 - 2020, 2018 - 2019, 2017 - 2018  
Örgütsel İletişim, Ön Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011  
Davranış Bilimleri, Ön Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012, 2010 - 2011  
Konuşma Eğitimi, Ön Lisans, 2018 - 2019, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012  
Sosyal Davranış Kuralları, Ön Lisans, 2017 - 2018, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012  
Büro Yönetimi ve İletişim Teknikleri, Ön Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016  
Turizm Sosyolojisi, Lisans, 2016 - 2017  
Halkla İlişkiler, Ön Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016, 2014 - 2015, 2013 - 2014, 2012 - 2013, 2011 - 2012  
Marka ve Marka Stratejileri, Ön Lisans, 2016 - 2017, 2015 - 2016  
Pazarlamada İletişim, Lisans, 2015 - 2016  
Davranış Bilimleri II, Lisans, 2014 - 2015  
Davranış Bilimleri I, Lisans, 2014 - 2015

## Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- I. **KİŞİSEL HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA BENLİK SUNUMU: ÜNLÜLERİN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ**  
ARICI A., KILINÇ Ö.  
ÖNERİ, cilt.18, sa.60, ss.396-425, 2023 (Hakemli Dergi)
- II. **Sağlık İletişimi Kampanyaları: Obezite Temalı Kampanya Afişlerinin Göstergibilimsel Çözümlemesi**  
ARICI A., KILINÇ Ö.  
Akdeniz İletişim, sa.38, ss.23-44, 2022 (Hakemli Dergi)
- III. **ETİK TARTIŞMALAR EŞLİĞİNDE MARKA GAZETECİLİĞİ KAVRAMI VE HALKLA İLİŞKİLER İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME**  
ARICI A.  
İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt.7, sa.2, ss.154-178, 2022 (Hakemli Dergi)
- IV. **Video Oyunlarında Şiddetin Sunumu Üzerine Bir Araştırma**  
ARICI A., KILINÇ Ö.  
İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, cilt.2021, sa.54, ss.162-187, 2021 (Hakemli Dergi)
- V. **Sosyal Ağlarda Büyük Veri: Teknoloji Markaları Üzerine Bir Araştırma**  
KILINÇ Ö., ARICI A.  
Connectist: İstanbul University Journal of Communication Sciences (Online), cilt.0, sa.58, ss.201-240, 2020 (Hakemli Dergi)
- VI. **Yıllık Raporlarda Kurumsal Anlatı: Kurum Yöneticilerinin Mektuplarına Yönelik Bir Söylem Analizi**  
KILINÇ Ö., ARICI A.  
ILEF DERGİSİ, cilt.7, sa.1, ss.167-194, 2020 (ESCI)
- VII. **Aile İşletmelerinde Yaşanan Pazarlama ve Markalaşma Sorunları: Bozüyük TSO Üyeleri Üzerine Bir Araştırma<sup>1</sup> (Marketing and Branding Issues in Family Businesses: A Research on the Members of Bozüyük Chamber of Commerce and Industry)**  
ALKARA İ., ARICI A.  
İşletme Araştırmaları Dergisi, cilt.11, sa.3, ss.1313-1331, 2019 (Hakemli Dergi)
- VIII. **Yeni Medya Çağında İlişki İnşası: Sanal Gerçeklik Teknolojisi ve Halkla İlişkiler Kampanyaları**  
ARICI A., KILINÇ Ö., BAYÇU S.

İletiŒ-im, cilt.0, sa.30, ss.91-115, 2019 (Hakemli Dergi)

- IX. **Sağlık İletiŒiminde E-Œikayet: Hastaların ve Hasta YakınlarınınSikayetvar.com PaylaŒımları Üzerine Bir AraŒtırma**  
TOKAY ARGAN M., ARICI A.  
THE JOURNAL OF THE FACULTY OF COMMUNICATION OF THE UNIVERSITY OF AKDENİZ, ss.339-355, 2019  
(Hakemli Dergi)
- X. **Aile İŒletmelerinde YaŒanan Pazarlama ve MarkalaŒma Sorunları: Bozüyük TSO yeleri Üzerine Bir AraŒtırma**  
ALKARA İ., ARICI A.  
İŒletme AraŒtırmaları Dergisi, cilt.11, sa.3, ss.1313-1331, 2019 (Hakemli Dergi)
- XI. **Online Basın Bültenlerinde Halkla İliŒkiler Mesaj Stratejileri: Türkiye'nin En Sevilen Markalarının Basın Bültenlerine Yönelik Bir Değerlendirme**  
KILINÇ ., ARICI A., BAYÇU S.  
Intermedia International e-Journal, cilt.5, sa.9, ss.184-196, 2018 (Hakemli Dergi)
- XII. **İkna Teorileri erevesinde Yapı Reklamlarının Analizi**  
ARICI A., KILINÇ .  
JOURNAL OF ERCİYES COMMUNICATION, cilt.5, sa.4, ss.535-555, 2018 (Hakemli Dergi)
- XIII. **OTELLERİN SANAL BOYUTTAKİ AęRIŒIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŒTIRMA:"BOOKING.COM" KELİME BULUTU ANALİZİ**  
ARICI A., ALKARA İ.  
the Journal of Academic Social Sciences, cilt.42, sa.42, ss.180-188, 2017 (Hakemli Dergi)
- XIV. **YENİ MEDYA AęINDA SİYASAL İLETİŒİM SİYASİ PARTİLERİN VE SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN SOSYAL MEDYA PERFORMANSLARI ÜZERİNE ARAŒTIRMA**  
ARICI A.  
Pazarlama ve Pazarlama AraŒtırmaları Dergisi, cilt.8, sa.15, 2015 (Hakemli Dergi)

## Kitap & Kitap Bölümleri

- I. **Bir Halkla İliŒkiler Aracı Olarak Dijital Ortamda İtibar Yönetimi: #Yemeksepeti #Ramazan**  
ARICI A.  
REKLAM VE HALKLA İLİŒKİLER ALIŒMALARI, Ayça eki Akyol, Mevlt Akyol, Editör, Nobel, Ankara, ss.201-234, 2022
- II. **META DİL VE METAVERSE KAVRAMLARI ÇERÇEVESİNDE YENİ NESİL HALKLA İLİŒKİLER**  
ARICI A.  
DİJİTALLEŒME BAğLAMINDA BİREY, TOPLUM VE İLETİŒİM, Yusuf Zafer Can Uęurhan, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.31-55, 2022
- III. **GÜNÜMÜZÜN "TANITIM FELSEFESİ" ÜZERİNE ELEŒTİREL BİR BAKIŒ**  
ARICI A.  
İLETİŒİM VE MEDYA ALIŒMALARI, Sadık ALIŒKAN, Ersin AYCAN, Editör, Literatürk Academia, Konya, ss.35-56, 2022
- IV. **Sağlık alıŒanlarının Kurumsal Algı Süzgeci: EskiŒehir Kamu Hastaneleri rneęi**  
ARICI A.  
KURUMSAL İLETİŒİM ARAŒTIRMALARI, Levent ÖZKOÇAK, Editör, Literatürk, ss.9-30, 2021
- V. **Yeni Medya ve Dijital DnŒm**  
ARICI A.  
Dijital Halkla İliŒkiler, Sevil BAYÇU, Editör, Anadolu Üniversitesi AF, EskiŒehir, ss.3-36, 2021
- VI. **Halkla İliŒkilerde Büyük Veri ve Yapay Zekâ**  
ARICI A.  
Dijital Halkla İliŒkiler, Sevil BAYÇU, Editör, Anadolu Üniversitesi AF, EskiŒehir, ss.135-162, 2021
- VII. **Halkla İliŒkilerde Sanal Gerçeklik ve ArtırılmıŒ Gerçeklik**

- ARICI A.  
Dijital Halkla İlişkiler, Sevil BAYÇU, Editör, Anadolu Üniversitesi AÖF, Eskişehir, ss.163-192, 2021
- VIII. **Sözsüz İletişim Kültürü ve Halkla İlişkiler Açısından Önemi**  
ARICI A.  
KÜLTÜR ODAKLI HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAM, Pınar GÜNER KOÇAK, Editör, Literaturk, ss.195-217, 2021
- IX. **UYGULAMA ÖRNEKLERİ ÇERÇEVESİNDE PAZARLAMA AMAÇLI HALKLA İLİŞKİLERDE DİJİTALLEŞME**  
ARICI A.  
PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE FİNANSAL HİZMETLERDE DİJİTALLEŞME, ALKARA İbrahim, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.111-144, 2020
- X. **HALKLA İLİŞKİLER VE MARKA İLETİŞİMİNDE SANAL GERÇEKLİK**  
ARICI A.  
Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler YENİDEN, ÖZKOÇAK Levent, Editör, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.257-282, 2020
- XI. **DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE HALKLA İLİŞKİLER**  
ARICI A.  
DİJİTALLEŞEN EVRENDEN DEĞİŞEN DÜNYAYA, KOÇ Rezal, Editör, Eğitim Yayınevi, Konya, ss.121-145, 2020
- XII. **Sanal Gerçeklik ve Reklamcılıkta Sanal Gerçeklik Uygulamaları**  
ARICI A., BAYÇU S.  
Detay Yayıncılık, 2019
- XIII. **Hangi Gazete? Hangi Sayfa? Halkla İlişkiler ve Gazetecilik İlişkisi Açısından Kurumların Medyadaki Yansımaları**  
BAYÇU S., KILINÇ Ö., YILDIZ S., ÖZAYDEMİR N., ARICI A., TOPAL M.  
Nobel Yayınevi, Ankara, 2017
- XIV. **Türkiye'nin Afrika Açılımlarının Dış Ticarete Yansıması**  
YAYLA T., ALKARA İ., ARICI A.  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2017, AYHAN Bünyamin, AY Mustafa, AVŞAROĞLU Selahattin, AKPINAR Şerife, Editör, Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara, ss.369-375, 2017
- XV. **Türkiye ve Rusya Arasında Yaşanan Siyasi Krizin Türk Turizmi ile Turizm Gelirleri Üzerine Etkileri**  
YAYLA T., ARICI A., ALKARA İ.  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2017, AYHAN Bünyamin, AY Mustafa, AVŞAROĞLU Selahattin, AKPINAR Şerife, Editör, Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara, ss.338-344, 2017

## **Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar**

- I. **MARKA AKTİVİZMİ VE DİJİTAL AKTİVİZM KAVRAMLARININ HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: GOOGLE ÖRNEĞİ**  
ARICI A.  
18th International Symposium Communication in the Millennium, Eskişehir, Türkiye, 26 Ekim 2021, ss.566-567
- II. **DİJİTAL ÇAĞDA KRİZ İLETİŞİM SÜRECİNDE YAŞANAN BİR "BUG": CYBERPUNK 2077**  
ARICI A.  
8.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda Kriz İletişimi Sempozyumu, İstanbul, Türkiye, 26 Mayıs 2021, ss.39
- III. **AVRUPAYA YAPILAN SERAMİK SEKTÖRÜ İHRACATINDA AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARIN ANALİZİ**  
GÖKTAŞ M., ALKARA İ., YAYLA T., ARICI A.  
IV. INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, 30 Ekim - 03 Kasım 2018
- IV. **TÜRK SERAMİK SEKTÖRÜ İHRACATINDA MARKALAŞMA**  
ALKARA İ., GÖKTAŞ M., ARICI A., YAYLA T.  
IV. INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, 30 Ekim - 03 Kasım 2018
- V. **Online Basın Bültenlerinde Halkla İlişkiler Mesaj Stratejileri: Türkiye'nin En Sevilen Markalarının Basın Bültenlerine Yönelik Bir Değerlendirme**  
ARICI A., BAYÇU S., KILINÇ Ö.  
Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler Konferansı, Ankara, Türkiye, 19 - 20 Nisan 2018

- VI. **Yeni Medya Çağında İlişki İnşası: Sanal Gerçeklik Teknolojisi ve PR Kampanyaları**  
ARICI A., BAYÇU S., KILINÇ Ö.  
Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler Konferansı, Ankara, Türkiye, 19 - 20 Nisan 2018
- VII. **Küçük ve Orta Ölçekli Aile İşletmelerinin Kurumsallaş(a)mama Nedenleri: Bilecik İlinde Nitel Bir Araştırma**  
ALKARA İ., ARICI A., YAYLA T.  
1st International Symposium on Social and Educational Sciences Research (ISCER 2017), Antalya, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2017
- VIII. **Sosyal Medya Kullanımı Ve Tüketici Davranışlarına Etkileri: Bursa-Bilecik-Eskişehir Örneği**  
ALKARA İ., YAYLA T., ARICI A.  
1st International Symposium on Social and Educational Sciences Research (ISCER 2017), Antalya, Türkiye, 3 Kasım - 05 Aralık 2017
- IX. **Türkiye'nin Afrika Açılımının Dış Ticarete Yansımaları**  
YAYLA T., ALKARA İ., ARICI A.  
II. INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, 18 - 21 Ekim 2017
- X. **Türkiye ve Rusya Arasında Yaşanan Siyasi Krizin Türk Turizmi ile Turizm Gelirleri Üzerine Etkileri**  
YAYLA T., ARICI A., ALKARA İ.  
II. INTERNATIONAL ACADEMIC RESEARCH CONGRESS, 18 - 21 Ekim 2017
- XI. **SAĞLIK HİZMETLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE E-HASTA ŞİKÂyetleri**  
TOKAY ARGAN M., ARICI A.  
Yönetimi2.Uluslararası Ekonomi Yönetimi ve Pazar Araştırmaları Kongresi, Kocaeli, Türkiye, 24 - 25 Mart 2017
- XII. **İkna Teorileri Çerçevesinde Yapı Reklamlarına Yönelik Söylem Analizi**  
ARICI A., ALKARA İ., YAYLA T.  
II. International Symposium On Social Sciences ASOS, 18 - 20 Mayıs 2017
- XIII. **Hızın Toplumsal Rolü Üzerine Bir Tartışma: Hız Toplumu Modern Toplum Yaratır mı?**  
ARICI A., YAYLA T., ALKARA İ.  
II. International Symposium On Social Sciences ASOS, 18 - 20 Mayıs 2017
- XIV. **BAŞKANLIK DÜELLOSUNDA "KNESICS" YARIŞI: CLINTON VS. TRUMP**  
ARICI A., KILINÇ Ö.  
Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi INES 16, Antalya, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016
- XV. **YENİ NESİL KONSOL OYUNLARINDA "ŞİDDET" TASARIMI**  
ARICI A., TOKAY ARGAN M.  
ICRES 2016: International Conference on Research in Education & Science, Muğla, Türkiye, 19 - 22 Mayıs 2016
- XVI. **PERAKENDE ZİNCİRLERİNİN MARKALAMA STRATEJİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: "4R YAKLAŞIMI" TEMELİNDE TÜKETİCİDEKİ SÜPERMARKET "MARKA" ALGISI**  
ARICI A., TOKAY ARGAN M.  
ICRES 2016: International Conference on Research in Education & Science, Muğla, Türkiye, 19 - 22 Mayıs 2016
- XVII. **ANARŞİZM SANATI VE GRAFFİTİ ÜZERİNE BİR PROFİL: "GÖLGE" BANKSY**  
ARICI A.  
Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi INES 16, Türkiye, 3 - 05 Kasım 2016
- XVIII. **Yeni Nesil Konsol Oyunlarında Şiddet Tasarımı**  
ARICI A., TOKAY ARGAN M.  
International Conference on Research in Education and Science (ICRES), BODRUM, Türkiye, 19 - 22 Mayıs 2016
- XIX. **Perakende Zincirlerinin Markalama Stratejileri Üzerine Bir Araştırma 4r Yaklaşımı Temelinde Tüketicideki Süpermarket Marka Algısı**  
ARICI A., TOKAY ARGAN M.  
International Conference on Research in Education and Science (ICRES), BODRUM, 19 - 22 Mayıs 2016
- XX. **GÖRSEL İLETİŞİM ÇAĞINDA ÜNİVERSİTELERİN YOUTUBE EKSPANINI KULLANIM YETENEKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

ARICI A.

14th International JTEFS/BCC Conference Sustainable Development, Culture, Education, Konya, Türkiye, 12 - 14 Mayıs 2016

- XXI. **5 Boyutlu Markalama Stratejisi Üzerine Bir Araştırma: MUDO Markası "Sahicilik Testi" ve "Duyu Temas Haritası"**

ARICI A.

20. Ulusal Pazarlama Kongresi & 2. Uluslararası Social Business@Anadolu Konferansı, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1

- XXII. **Oksimoron Bir Gösteren Olarak Reklamlarda Anne**

ARICI A.

20. Ulusal Pazarlama Kongresi & 2. Uluslararası Social Business@Anadolu Konferansı, Eskişehir, Türkiye, 10 - 13 Haziran 2015, cilt.1, ss.269-277

- XXIII. **FORMAL İLETİŞİM VS. İNFORMAL İLETİŞİM: MESLEK YÜKSEKOKULLARININ SANAL TEMSİLLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA**

ARICI A.

4th International Vocational Schools Symposium - 2015, Yalova, Türkiye, 21 - 23 Mayıs 2015, cilt.1, ss.544-553

- XXIV. **SAĞLIK ÇALIŞANLARINA YÖNELİK MESLEKİ VE KURUMSAL ALGIARAŞTIRMASI**

ARICI A.

8. Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi, Lefke, Kıbrıs (Kktc), 10 - 12 Eylül 2014, ss.1055-1068

- XXV. **Sağlık Çalışanlarının Kurumsal Algı Süzgeci Eskişehir Kamu Hastaneleri Örneği**

ARICI A., ÜNÜGÜR N. A.

V. ULUSLARARASI SAĞLIKTA PERFORMANS VE KALİTE KONGRESİ, Antalya, Türkiye, 20 - 22 Kasım 2014

- XXVI. **Kamu Sağlığı Hizmetinde Öz Değerlendirme ve İtibar Sağlaması: Eskişehir Kamu Hastaneleri Örneği**

ARICI A.

3. Uluslararası İtibar Yönetimi Konferansı, İstanbul, Türkiye, 13 Kasım 2014

- XXVII. **Sıfır Bilinmeyenli Denklem**

ARICI A.

8th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Edirne, Türkiye, 18 - 20 Eylül 2014